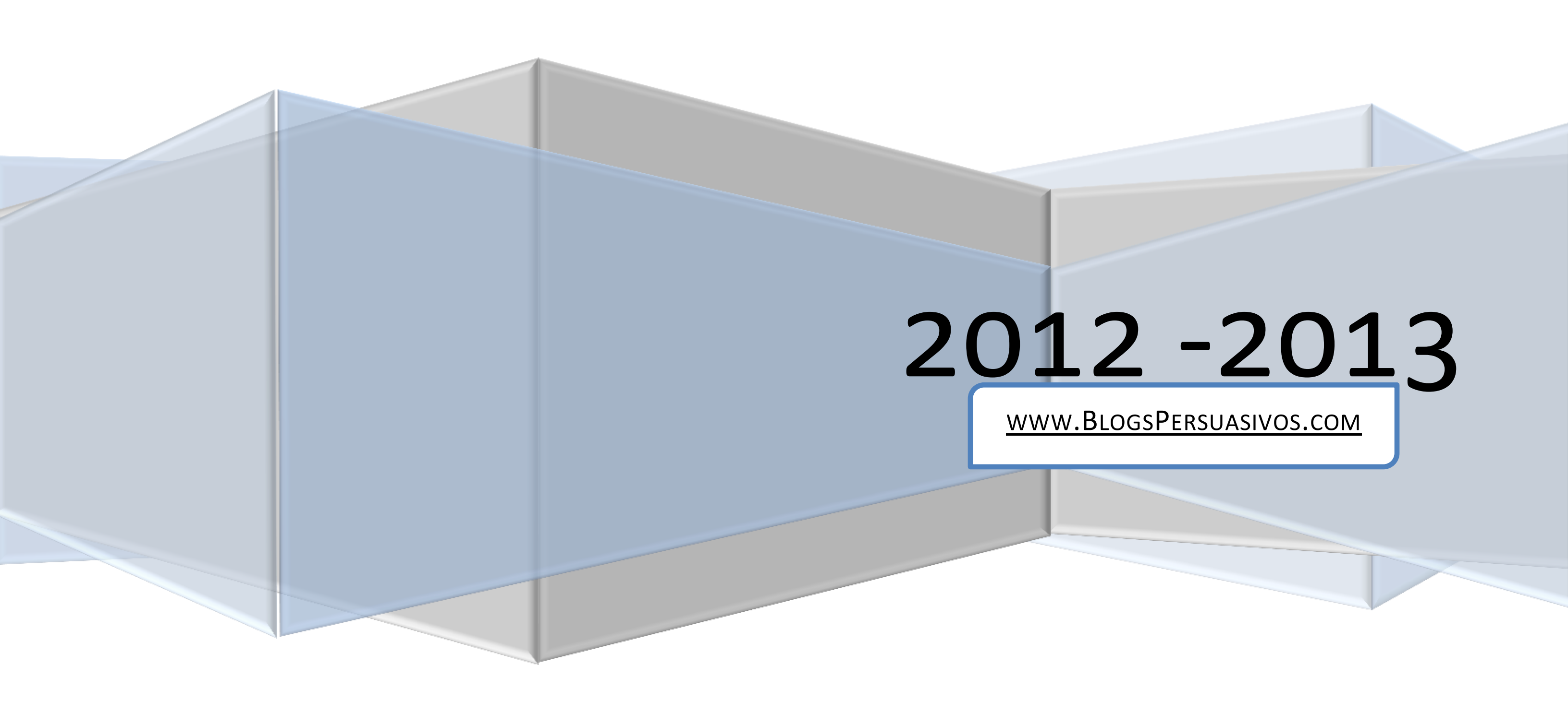
BLOGS PERSUASIVOS

Todo emprendedor debe tener la habilidad de la persuasión. Aprende como convencer a tus clientes online de que eres la mejor opción.

Iván Ávila



INTRODUCCION.

Este manual no pretende ser una obra literaria escrita en castellano culto puesto que no soy un profesional de la escritura; lo que pretende es explicar en un lenguaje llano algunas de las técnicas que mejor han funcionado y están funcionando en Internet, para comercializar productos o servicios atreves de una estrategia que **yo diseñe** llamada **BLOGS PERSUASIVOS**.

De igual manera este manual, no te aburrirá con definiciones largas e innecesarias, por lo que será *100% práctico y directo al grano* sobre lo que necesitas y debes hacer para aumentar tus ventas.

Desde mi experiencia en el Marketing online por afiliación, me he permitido desarrollar y comprobar por mi mismo, técnicas implementadas en mis blogs con las que logrado **aumentar mis ventas y conversiones de los productos que he promocionado** y en este manual voy a describir las mejores y más efectivas técnicas para lograrlo.

Ya casi nadie tiene duda de que Internet, bien usado, puede ser una herramienta muy eficaz para alcanzar la libertad financiera. *Muchos de los negocios en Internet están perdiendo dinero por que no saben como persuadir a sus clientes a comprar*, sin embargo es bastante sencillo ganar dinero en Internet aplicando correctamente ciertos principios y técnicas.

Las **Técnicas PRE-SELL de persuasión con blogs** que se describen en este manual han puesto muchísimo dinero en ganancias como afiliado de distintas plataformas. Son técnicas probadas con las que *lograras ventas con menos de 125 o 70 visitas* ***a las cartas de ventas*** *del producto que promociones “**siempre y cuando tu trafico sea CALIFICADO para tu nicho”***

Ponlas en práctica en tu Blog y notarás los resultados.

Espero puedas sacarle el máximo provecho a este manual, porque de ser así estoy seguro que conseguirás que tus Blogs vendan tanto como tu quieras.

He puesto a tu disposición un blog de ejemplo, para que mientras tu leas esta guía sepas de que manera implementar estas técnicas de forma correcta: **http://ejemplo.blogspersuasivos.com/** TE RECOMIENDO VISITAR EL BLOG DESPUES DE HABER TERMINADO DE LEER ESTE MANUAL.

Nota: Este manual es un curso sobre la estructura lógica que debe de tener tu blog persuasivo. No es un curso de programación HTML ni nada por el estilo.

RECUERDA: Es importante que leas cada página y detalle de este manual para que entiendas al 100% lo que es la persuasión con blogs.

“Los sitios web que son eficaces en la conversión a menudo comparten enfoques comunes para la persuasión”

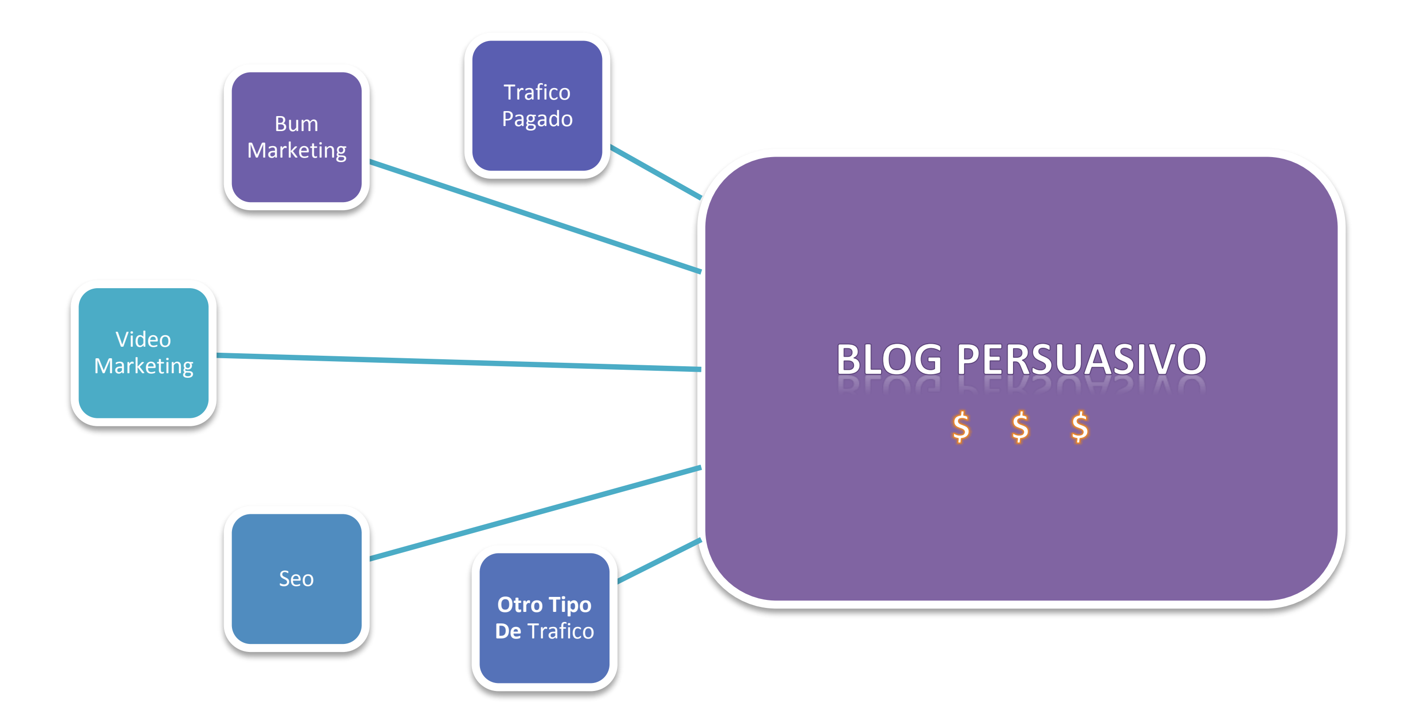
Iván Ávila

AUMENTE SUS VENTAS APLICANDO LA PERSUASIÓN EN SU BLOG

¿Que es la Persuasión Con Blogs?

La ***persuasión con blogs*** es un enfoque para sitios web que pone el énfasis en el diseño de la web y del contenido para el **logro de los objetivos comerciales** de este sitio. Se basa en la comprensión de las motivaciones psicológicas de los usuarios y el desarrollo del sitio para influir en las decisiones de los visitantes, y así lograr clientes potenciales.

> ***¿Cuál es la idea principal de estos blogs?***
>
> ***La idea de estos blogs es recibir visitas*** *con la ayuda de las diferentes estrategias existentes para la generación de tráfico e* ***influenciar de manera lógica en la mente de nuestros visitantes****, para convertirlos en clientes.*



LOS ELEMENTOS QUE HACEN FUNCIONAR TU BLOG

Para poder crear una atmosfera persuasiva para sus visitantes necesitas un blog que influya en sus dediciones mostrándoles un camino lógico y emotivo que los guie hacia un punto de confianza y credibilidad en ti.

Por esta razón tienes que conocer **los elementos de la persuasión**.

- LOS 3 ELEMENTOS DE LA PERSUASIÓN:

***Lógica *Emoción *Credibilidad**

- ✓ **La Lógica**:

La navegación, las imágenes y el contenido tienen que estar en un orden lógico con la presentación de tu sitio. Los visitantes regresaran a una pagina una y otra vez, siempre y cuando esta tenga sentido para ellos y los usuarios sientan como si hubieran logrado obtener la información que buscaban.
Una vía de sentido común y una cómoda navegación de los usuarios lograra mantenerlos en el sitio por más tiempo, lo que le permite transmitir más información a los mismos.

- ✓ **La Emoción:**

Las decisiones se basan en las emociones. La creación de contenido debe corresponder a las necesidades de los usuarios y causarles un sentimiento. Por esta razón es bien sabido por los expertos en marketing que la emoción es el centro de compras.
El ser humano es un ser emocional dominado por sus sentimientos y emociones, más que por razones. Así, manejando estas emociones podemos lograr que un individuo asocie el consumo de un producto determinado con el agrado y la satisfacción.

- ✓ **La Credibilidad:**

El diseño, la planeación, las disposiciones del texto, y el contenido crean la credibilidad del sitio. Al poner en efecto una imagen profesional, el usuario se sentirá más cómodo al participar y dar más información personal.
Incluso los sitios más famosos sufren de problemas de credibilidad cuando el sitio web no refleja la imagen profesional que un usuario puede esperar.
Por esta razón debemos mucho de cuidar el diseño y la estructura lógica de nuestros blogs

¿Qué resultado podemos esperar en nuestro blog con estos tres elementos persuasivos?

La construcción de un sitio web que incluye estos tres elementos; será visto como un sitio de autoridad para sus visitantes, puesto que este reflejara confianza en ellos y creara el deseo de saber mas, lo cual nos permitirá convencer y convertir a los visitantes en clientes.

Cuando estés por crear un sitio web, recuerda que el primer paso, es la creación de una atmósfera persuasiva ideal para tus visitantes, por lo tanto no olvides evaluar estos 3 elementos antes de lanzar tu sitio ante todo el Internet.
Sin estos tres componentes que trabajan en conjunto con todo el contenido de tu blog, el visitante no se quedara y ¡no comprara!

ESTRATEGIAS DE PERSUASION CON BLOGS

Anteriormente te hable de los tres elementos persuasivos que deben conformar a un sitio web; bien, ahora permíteme hablarte de las **estrategias de persuasión** que debes de tener en cuenta al momento de crear el contenido de tu Blog.

Amigo con estas estrategias te aseguro que tendrás éxito, aunque no seas un experto en el Marketing Psicológico.

- HE AQUÍ LAS 6 ESTRATEGIAS ÉTICAS PARA PERSUADIR A LA GENTE EN TU BLOG.

❖ Estrategia 1.- *Mostrar lo que hacen los demás* - *(PRUEBA SOCIAL)*

La gente mira a los demás y a menudo hacen lo que están haciendo otros, especialmente cuando no están seguros de algo. Este fenómeno es bien empleado en el marketing psicológico y es llamado **PRUEBA SOCIAL**.

La gente se tranquiliza y suele tomar decisiones basadas en lo que otras personas están haciendo – en supuesto de que poseen mas conocimiento o están mejor informados.

Podemos aplicar la PRUEBA SOCIAL en nuestro blog, mostrando lo siguiente:

- Los comentarios generados por otros usuarios
- Los testimonios de clientes Satisfechos
- Cantidad de like en redes sociales

Esto funciona muy bien, por que la gente hace y va hacer lo que a la gente le gusta hacer.

¿Entonces como manejaremos la prueba social en nuestro blog?...**Mostrando comentarios generados por otros usuarios y testimonios de clientes.**

A los comentarios generados por otros usuarios y testimonios de clientes se les conoce como prueba social estas son revisiones y opiniones que *pueden tener gran influencia en las decisiones de compra de las personas*.

- Permita a sus visitantes dejar comentarios y expresar sus evaluaciones globales de los productos o servicio que usted promociona – después de todo esto será contenido gratuito para tu sitio ☺

- Pida y acepte cualquier testimonio positivo sobre su producto o servicio. Ya que los testimonios son una parte muy importante para el éxito de su negocio.

Los usuarios de internet están más inclinados a *confiar en lo que la gente como ellos mismos dice,* en comparación con los vendedores. La gente generalmente quiere reseñas generadas por los usuarios y si no las puede encontrar en su sitio, simplemente va ir a buscar a otro lugar.

Además, no tengas miedo de las malas criticas – la gente puede oler los sitios que han sido "editados" a un kilometro de distancia, lo que los obliga a no confiar en todo lo que se dice. En su lugar, debes de estar preparado para actuar con rapidez en la retroalimentación de los clientes.

❖ Estrategia 2.- *Genera sentimiento de perdida [opcional]*

La gente quiere lo que piensa que no puede tener y la psicología social indica que **la pérdida es una emoción más poderosa que la ganancia**. Así, una persona que pierde $50se calcula que pierde el doble de satisfacción que otra que se beneficiara de una ganancia de $50
Las investigaciones Psicológicas hechas sobre la toma de decisiones indican que la gente valora más algo comprado si sentía que casi no lo hubiera podido adquirir.

Puedes mostrar escasez en tu sitio web mediante la visualización de estas ideas:

- "Durante 1 semana solamente…
- Últimos 2 artículos…
- La venta finaliza hoy a la media noche…
- Esta oferta termina en 3 días 2 horas 5 minutos y 14 segundos (reloj con cuenta regresiva)

Nota: Tú puedes mostrar escasez y generar sentimiento de pérdida de un producto en un "blog persuasivo" creando contenido polémico sobre la cantidad de unidades que hay disponibles·

❖ Estrategia 3.- Persuadir con fotos y videos

Las imágenes son una herramienta muy persuasiva para el aumento de las ventas de productos digitales o físicos, especialmente para aquellos de alto valor, así que asegúrese de proporcionar imágenes de buena calidad de los productos en su sitio web o blog, estas imágenes pueden ser **FOTOGRAFIAS O VIDEOS**.

Las imágenes deben ser:

- De calidad profesional
- Ofrecer vistas del producto desde diferentes ángulos [opcional]
- **Mostrar a escala y el contexto de uso**

Un video de calidad de 30 – 60 segundos debería de ser suficiente para informar al cliente sobre el producto, ver videos requiere de menos esfuerzo que la lectura y ofrece una experiencia mas rica – asegúrese de dar a los usuarios una pequeña descripción de texto y después invitarlos a ver el video del producto (*no iniciar reproducción automática*)

❖ Estrategia 4.- AUTORIDAD - [Mostrar *Autoridad en tu Sitio*]

*"Hay más probabilidades de actuar sobre la información si se es comunica por un **experto**."*

Este principio trata de ***influir en el comportamiento*** a través de la credibilidad. Las personas son más propensas a tomar decisiones si el mensaje proviene de una fuente creíble y con autoridad

El principio *de autoridad es lo que hace que seamos mas fácilmente persuadidos* por aquellos con conocimiento.

Ejemplo:
Si Google te aconseja comprar un curso sobre SEO y Yahoo te aconseja adquirir uno diferente… Estoy 100% seguro que harías caso a Google, ya que Google es una figura que muestra autoridad en este nicho. Del mismo modo, **los blogs que muestran autoridad y experiencia son de más confianza.**

Esto es particularmente importante para los sitios dedicados a un solo nicho de mercado. Si tienes un blog dedicado a un solo nicho de mercado, tu sitio debe de reflejar una autoridad y experiencia sobre lo que ofreces para generar confianza a los usuarios

Si eres un experto en tu nicho o tienes un estatus, asegúrate de informar esto a tus visitantes ya que podría significar poner de relieve las capacidades de tu reputación u organización.

¿Como mostrar autoridad en tu blog?

- Mostrándote como un experto en tu nicho de mercado
- Estar en comunicación con tus futuros clientes, [*Reciprocidad*] crea mas confianza
- Haciendo énfasis en el numero de clientes satisfecho con tu servicio o producto
- Aplicar la prueba social (Testimonios, Comentarios, Fans)

Esto puede parecer un poco banal, pero pocos blogs comunican correctamente sus conocimientos a sus visitantes. Y eso le resta mucha credibilidad, a si que asegúrate de mostrarte como un experto.

- **Estrategia 5.-** Sobre El Autor - [*Las imágenes o fotografías de autor al lado derecho de tu blog dicen mas que MIL palabras*]

Como ya te había mencionado antes; la credibilidad es fundamental y nos da más capacidad persuasiva sobre los visitantes.

Una fotografía de autor en su blog puede hacer una gran diferencia en la forma con que se percibe el contenido. Una foto oficial o personal de tu blog bien puede duplicar la honradez.

Tú puedes agregar una foto de autor a tu blog, y una breve descripción sobre quien eres y la razón de tu sitio.

Mas adelante aprenderás como hacer esto de la manera correcta.

- **Estrategia 6.-** Disipar los temores de la gente

¿Qué tan confiable es mi compra en internet? ¿Cuál es la garantía? ¿Algún efecto segundario? …

Esta es la clase de miedos que un visitante puede tener antes de comprar y lo que necesitas para reducirlos si se quiere persuadir a la gente es:

> Responder a sus preocupaciones por adelantado y asi lograra de una forma rápida influir positivamente en las personas y reducirá sus miedos a comprar. Una manera efectiva de disipar sus temores, es abrir una sección de **"Preguntas y Respuestas"**
> *Mas adelante aprenderás como hacer una sección de preguntas y respuestas.*

✓ Conclusión de las estrategias:

La persuasión en su forma más simple significa dar a los usuarios la información que necesitan para tomar una decisión informada, ayudándolos a confiar en ti y a disipar cualquier preocupación que tengan.

Con estas tácticas persuasivas vas a llegar lejos – Pero no olvides que tu sitio tiene que proporcionar un buen servicio y ser altamente usable para garantizar el éxito.

Recuerda, tu sitio debe de tener; **LOGICA, CREDIBILIDAD Y CAUSAR EMOCION**

¿QUÉ NECESITAS PARA COMENZAR TU BLOG PERSUASIVO?

Para poder hacer un blog persuasivo lo primero que necesitas es un gestor de contenido; en este caso yo recomiendo utilizar **Blogger.com** o **Wordpress.com** – Con un dominio Gratis o Premium, según sus posibilidades.





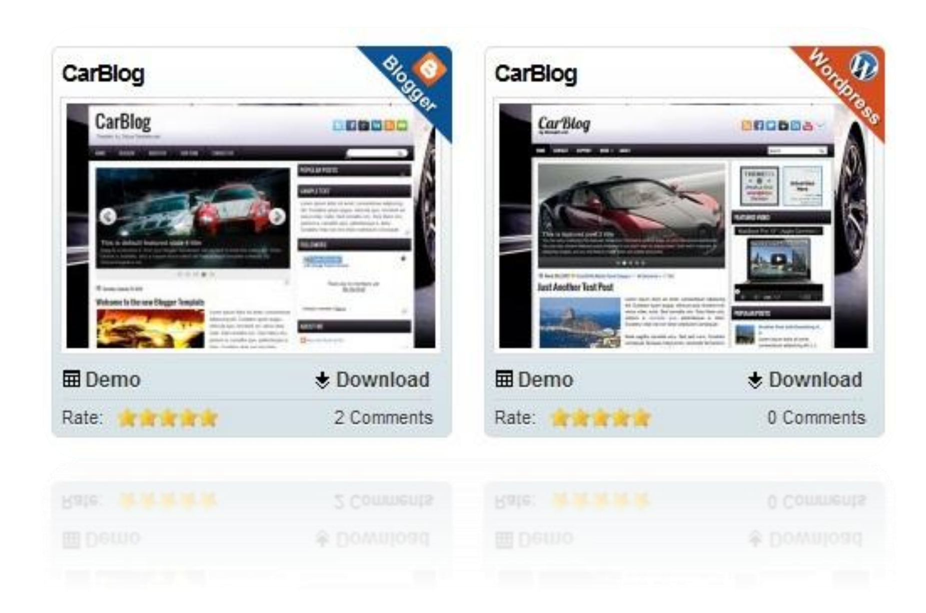
Si no sabes de diseño web o necesitas plantillas para tus blogs, no te preocupes – Tanto Blogger como Wordpress tienen muchas plantillas a tu disposición con las cuales puedes empezar a trabajar en tu blog.

De igual manera puedes descargar mas plantillas gratis en los siguientes sitios.

Platillas Para Blogger en: http://btemplates.com/ o http://www.plantillasbloggers.com/ o en la interfaz de Blogger.

Platillas Para Wordpress en: http://wordpress.org/extend/themes/ Wordpress tiene una amplia cantidad de temas que puedes utilizar gratuitamente para tus blog.

Más Plantillas: http://www.deluxetemplates.net/ - En **DeluxeTemplates**, podrás encontrar cientos de platillas para Blogger Y Wordpress.

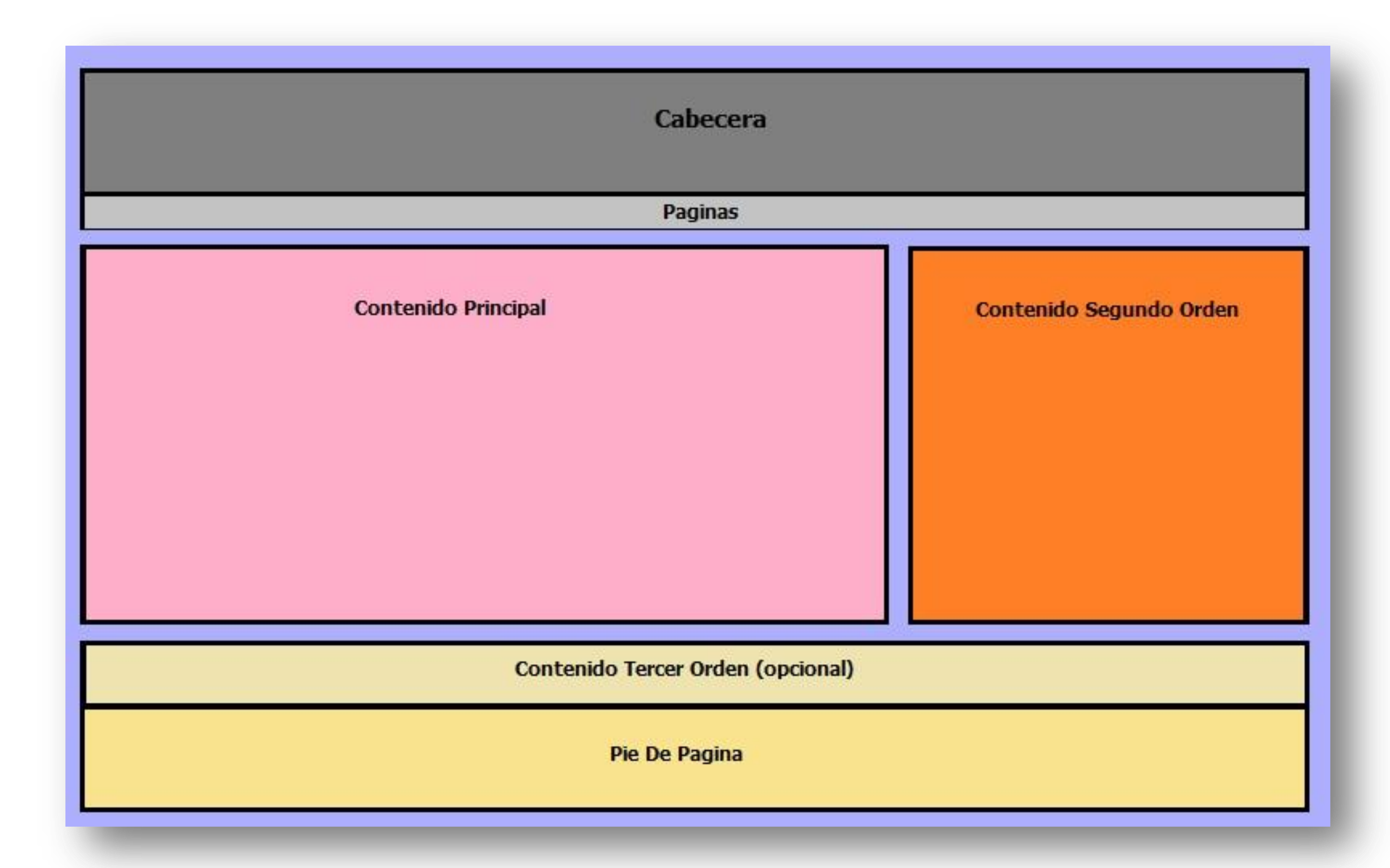


¿COMO ESCOGER EL DISEÑO DE PLANTILLA PARA EL BLOG?

La regla general en el diseño web es hacer una página promedio que sea de fácil navegación y en ella pueda descargarse información rápidamente. Contando con estas características se puede crear una diferencia increíble en la usabilidad de un sitio web.

En lo personal, basado en mi experiencia en el marketing de afiliados he logrado comprobar que *las plantillas basadas en 2 columnas resultan de mas fácil navegación para los usuarios*.

En la imagen de abajo, podrás tener una idea de
Como debe de estar compuesta una plantilla de 2 columnas



NOTA: En la siguiente página podrá aprender que colores son los mejores para su blog, ya que es importante *relacionar su sitio web con los colores adecuados para el público objetivo.*

¿QUÉ COLORES UTILIZAR PARA EL DISEÑO DE SU BLOG?

El Color Y La Persuasión…

A la hora de escoger su plantilla también es muy importante tener en cuenta el color que se va a utilizar, dependiendo del producto y nicho que vallamos a promocionar.



Los colores interactúan con los visitantes de tu sitio web. Ciertos colores, por ejemplo, inconscientemente pueden hacer que una persona se sienta seguro.

Si su sitio web influye en los usuarios con color, usted puede ser capaz de establecer el tono o estado de ánimo que se necesita para hacer de su negocio un comercio exitoso.

En América, los dos colores publicitarios mas usados en internet, son el **Azul** y el **Rojo** y estos colores se utilizan con frecuencia en los sitios web a nivel mundial. El Rojo es un color que llama a la acción mientras que el azul connota honradez, lealtad, sinceridad.

A pesar de esto el azul y el rojo no es para todo público y el mejor método para determinar el color correcto o colores para su sitio web es considerar en primer lugar el grupo objetivo al que se intenta alcanzar.

Los colores tienen diferentes significados para diferentes grupos de edades, culturas y nacionalidades. El color tiene el poder de llegar mas allá de las connotaciones justas y mantiene la atención del espectador y así lograr comunicar y hacer una venta.

Debido a que los colores tienen diferentes significados para diferentes personas, *es importante relacionar su sitio web con los colores adecuados para el público objetivo*

Estos son algunos de los significados con que se suele relacionar los colores:

- **Negro:** Color fuerte y elegante que se utiliza habitualmente para productos de lujo.

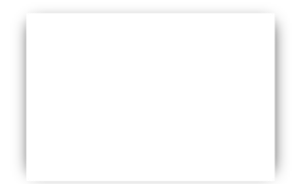


El negro es un color de autoridad y poder, también es elegante y atemporal. El color negro se usa para transmitir elegancia, sofisticación, o tal vez un toque de misterio.

Esto color entona bien con tonos de rojo, azul y verde. De igual manera este color puede hacer ver más sobresalientes a colores como el amarillo.
[Las *imágenes con frecuencia se ven más brillantes con un fondo negro*]

Idea: El negro funciona bien con productos de lujo.

- **Blanco:** Utilice blanco para reflejar la limpieza, pureza o suavidad [*Productos relacionados a la salud*]



En la mayoría de los casos el blanco es visto como un color de fondo neutro, incluso cuando se utiliza en menor proporción este color puede transmitir el mayor significado en un diseño.

Utilice el color blanco para reflejar limpieza, pureza o suavidad – Es muy recomendable usarlo en producto enfocados a la salud y el bienestar.
Existen otros colores neutros como el blanco, pero más tenues con menos brillo – Estos serian: El beige, marfil y cremas. Los colores neutros van bien con colores claros como tonos pasteles, suaves y primaverales.

Idea: El blanco puede hacer que los rojos oscuros o claros, azules y verdes, se vean mas brillantes y prominentes.

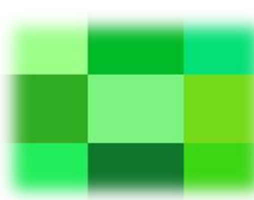
- **Rojo**: Detona Energía. Aumenta la frecuencia cardiaca. [*Se utiliza en las ventas de liquidación*]



El rojo es el color **emocional** mas intenso, el rojo estimula muy rápido el latido del corazón y la respiración. También es el color del amor. Utilice el rojo para llamar la atención y hacer que la gente tome acción.
Utilice el rojo para sugerir velocidad combinada con confianza y en vez incluso un poco de peligro.

Idea: En dosis pequeñas el rojo a menudo puede ser más eficaz - que en grandes cantidades de este color. Varios tonos de rojo y rosa o naranja, incluso pueden combinar para una gama de colores alegres.

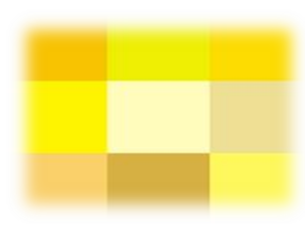
- **Verde:** Es el color que los ojos procesan con más facilidad y se asocia con la salud. [*Se utiliza para dar sensación de relax*]



El verde simboliza la naturaleza. Es el color que mas fácil procesa el ojo y puede mejorar la visión. Es un color calmante y refrescante. Los hospitales a menudo usan verde porque relaja a los pacientes. El verde oscuro es masculino, conservador e implica riqueza.
En si el verde tiene un efecto de calentamiento y enfriamiento, un balance que detona armonía y estabilidad.

Idea: Utilice varios tonos de verde para una sensación fresca primavera.

- **Amarillo**: Optimismo y juventud. [*Se utiliza a menudo para llamar la atención*]



El amarillo soleado es alegre, es un captador de atención.

El amarillo es un color muy difícil para el ojo, así que puede ser muy abrumador si lo utiliza demasiado en su sitio web.

A pesar de que puede funcionar como el color primario, el amarillo a menudo funciona mejor como un complemento de otros colores. Use de color amarillo brillante para crear emoción cuando el rojo o naranja puede ser demasiado fuerte o demasiado oscuro.
Idea: Una mezcla de color amarillo con gris neutro y una pizca de negro para un look de alta tecnología.

- **Rosa:** Romántico y femenino. [*Se utiliza para productos dirigidos a mujeres y niñas*]

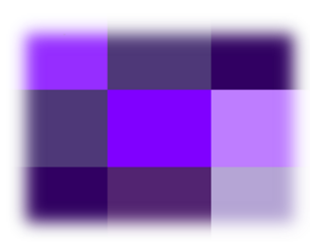


El color más romántico es el color rosa y puede ser tranquilizante.

Tanto el rojo y el rosa denotan el amor, pero mientras que el rojo es pasión, rosa es romántico y encantador. Use rosa para expresar alegría o dolor. Añada fuerza con tonos más oscuros de los colores de rosa, morado y granada.

Idea: Puede ser un color muy femenino y es muy utilizado para referirse a este género.

- **Morado:** Da una sensación de tranquilidad y calma. [*Se utiliza mucho en productos de belleza y anti-edad*]



El color de la realeza y el lujo, connota la riqueza y la sofisticación. También es femenino y romántico. Sin embargo, debido a que es poco común en la naturaleza, el púrpura puede parecer artificial.

Un morado intenso con tonos neutros o de color beige es una combinación conservadora, con un toque de misterio. El verde y púrpura puede ser una combinación llamativa en tonos más profundos o brillantes. [Usar tonos más claros para una primavera alegre.]
Idea: La combinación del rosa y morado tienen un atractivo femenino.

- **Azul:** Da sensación de <u>confianza y seguridad</u>. [Se ve a menudo en bancos o empresas importantes]



Azul es uno de los colores más populares. Este causa una reacción opuesta a color rojo. El azul es tranquilo y hace sentir a la mente calmada.

El azul transmite importancia y confianza. **Considerado durante mucho tiempo un *color corporativo***, el azul oscuro sobre todo, se asocia con la inteligencia, la estabilidad, la unidad y el conservadurismo.

Un azul marino o azul profundo transmiten riqueza y tal vez incluso un toque de superioridad. Combine un color azul claro y oscuro para transmitir confianza y veracidad. Crea un aspecto conservador pero sofisticado con un contraste sutil mediante la combinación de tonos claros y oscuros de azul.

Idea: Puedes mezclar el color de azul con verde para una apariencia natural, acuosa y añadir algo de gris para una elegancia discreta.

- **Naranja:** Es un color agresivo. [*Se utiliza para llamar la atención]*



El color naranja cálido es un estimulante - **estimula las emociones** e incluso el apetito por eso es usado en negocios como restaurantes y sitios web orientados a la comida.
Si desea darse a conocer sin gritar, considere el color naranja, que exige atención sin ser brusco.
El naranja es a menudo sinónimo de otoño aunque las naranjas más brillantes son de un color de verano.

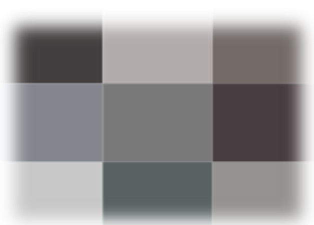
- **Turquesa:** Usado como atractivo femenino y suave con estilo retro



El turquesa crea un atractivo femenino muy suave. Algunos tonos de turquesa inspiran un 50% pasado de moda y un 50% de sensación retro.

Idea: Puedes mantener las cualidades suaves y femeninas mezclando el turquesa con rosas lavanda o pálidos. Un turquesa brillante y un rosa crea un exhaustivo y limpio look **RETRO**.

- **Gris;** Refleja formalidad y un aspecto conservador



El gris se usa como un color de formalidad. Todas las tonalidades de grises pueden ser buenos colores, especialmente usados como un fondo neutro.

Para tus sitios web puedes usar el gris claro como fondo, en lugar del blanco o gris oscuro en lugar de negro.

Los grises claros con tonos pastel de rosa, azul, lavanda y verde tienen una cualidad femenina. También se usa para oscurecer los colores para una sensación más masculina.

- **Oro**; Refleja riqueza y prosperidad.



El oro color se asocia con la riqueza y la prosperidad.

Idea: Puedes usar el color oro metálico en sus sitios web para darle **un toque especial y rico**. El oro brillante llama la atención rápidamente, mientas que los tonos mas oscuros se prestan para reflejar riqueza y calidez.

- **PLATA**; Refleja lo encantador y distinguido así como simboliza la riqueza.



El color plata a menudo simboliza la riqueza así como lo hace el oro. El color plata puede ser encantador y distinguido.

Este color junto con tonos azules y turquesas pueden reflejar un look de alta tecnología.
Idea: *Ideal para sitios web dedicados a la tecnología y la industria*.

- **Marrón**; Este color representa la salud y lo terrenal



El marrón representa la salubridad y lo terrenal. El color marrón y sus versiones más ligeras pueden servir como fondos excelentes.

Utilice marrón para transmitir una sensación de calidez, honestidad e integridad. .

Idea: *Puede ser utilizado en sitios web dedicados a la venta de productos neurópatas.*

- ✓ **Conclusión sobre el marketing del color en el diseño web.**

Es importante también tener en cuenta que cada color puede atraer a un tipo de consumidor específico y también cambiar el comportamiento a la hora de hacer compras. El rojo anaranjado, negro y el azul llaman más la atención de los compradores impulsivos

El azul marino y el verde azulado atraen más a los compradores con un presupuesto establecido.

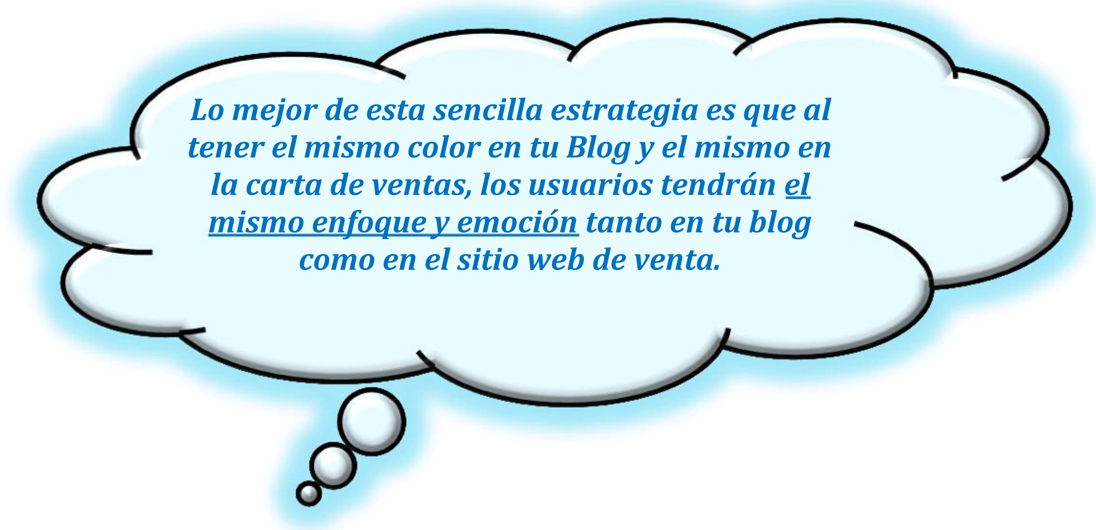
Recuerda escoger plantillas que tengan un fondo tenue para relajar la vista de tus visitantes y mantenerlos centrados en los aspectos mas importantes de tu sitio web.

¿Estas indeciso y no sabes que color elegir para tu blog?

Aquí un consejo que te ayudara a facilitar el trabajo de estar buscando entre tantos colores…

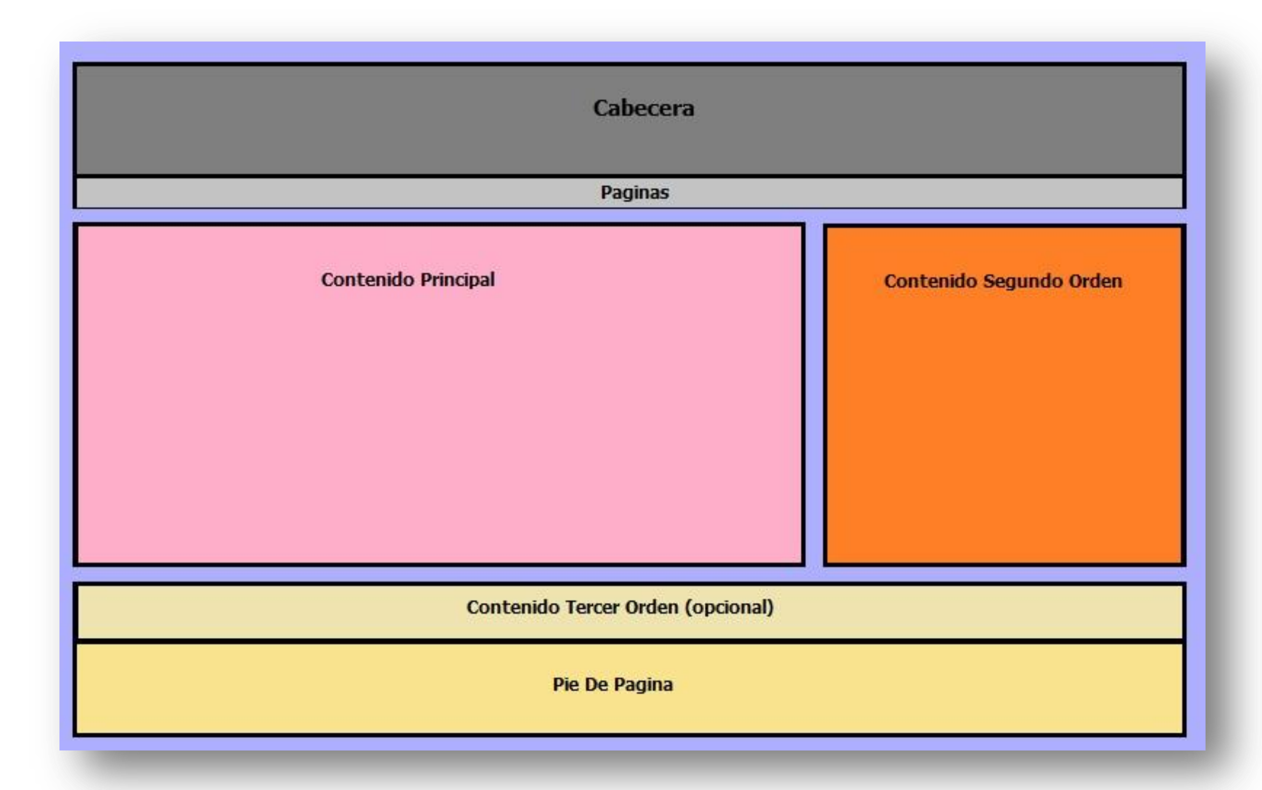
- Puedes utilizar el color de diseño de la Carta de Ventas del producto que vas a promocionar, recuerda que **los creadores de producto y creadores de cartas de ventas son expertos en estos temas de diseño** y ellos conocen mejor que nadie que colores van mejor con los productos que desean vender.

  Por esta razón puede basarte en los colores utilizados en sus cartas de ventas y darle ese mismo aspecto a tu blog.

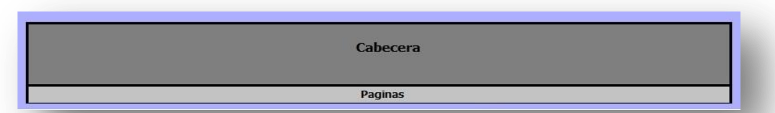


COMENZANDO A CREAR EL CONTENIDO DEL BLOG

Ahora comenzaras a conocer la estructura de un **blog persuasivo** y hacer que este tenga los 3 elementos de la persuasión [*Lógica, Credibilidad y Emoción*] agregando el contenido de manera correcta.



ZONA DE CABECERA: En la cabecera del blog debemos de colocar el titulo de nuestro blog y una breve descripción del mismo



Establecer palabras claves y descripciones son algunas de las cosas importantes. Una buena orientación de las palabras claves puede poner a su sitio web en la parte superior de los diferentes motores de búsqueda y llevar un tráfico específico.

Dar a conocer su blog con un titulo llamativo es un elemento importante a considerar. Es lo primero que llama la atención del lector. La información que da el título les permitirá a tus lectores decidir si desean continuar o dejar de leer tu blog.

¿Como elegir el titulo del blog?

Elige un título que sea pegadizo y atraiga los ojos del lector e incorpora las palabras claves correctas – El titulo tienes que causar emoción y curiosidad en los lectores, a si animándoles a que sigan leyendo.

Evita utilizar títulos largos. El titulo tiene que ser corto – alrededor de 3 – 5 palabras máximo. La mayoría de los usuarios online no tienen mucho tiempo que perder cuando están buscando algo que les interesa leer.
Por lo general los lectores solo ven las primeras tres o cuatro palabras de un titular. Si el titulo de su blog es corto pero resume su contenido, su blog tiene mayor probabilidad de ser leído.

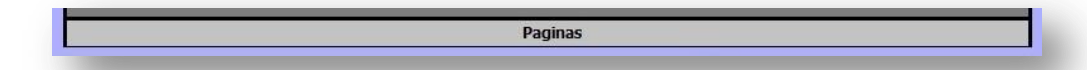
¿Como hacer una descripción de su blog?

La descripción del blog debe de ser precisa. Una descripción excesivamente descriptiva y cursi no da una buena representación de su blog.

Establece una descripción en menos de 160 caracteres. Los motores de búsqueda muestran menos de 160 caracteres en los resultados de búsqueda, por lo que seria mejor mantener la descripción en menos de esa cantidad.



ZONA DE PÁGINAS: El área de las páginas es una de las más importantes de nuestro blog persuasivo, en la cual incluiremos datos muy importantes y en orden lógico para aumentar la credibilidad de nuestro blog.



Personalmente he comprobado que cierta integración de páginas funciona con eficacia para aumentar la credibilidad del blog.

En esta zona debemos de implementar las siguientes páginas:



1. Acerca de mi [*Sobre mi, Quien soy?, About me, Mi historia personal*]
2. Testimonios Y Opiniones
3. Preguntas Frecuentes
4. Como Obtener El Libro
5. Contacto

❖ La Pagina "Sobre Mi":



En esta página daremos una descripción sobre quienes somos y la razón por la cual recomendamos un producto… **Una breve historia personal funciona muy bien**

Su página "Sobre mi" le ayudara a que su negocio tenga un rostro mas humano. Las personas tienen más confianza y **se sienten más cómodas con alguien que conocen**, que con una persona desconocida.

Esta área es esencial para establecer quien es usted como "autor del blog" y ayudar a los lectores a entender lo que usted quiere dar a conocer en su blog.

El tener un área ***["Sobre mi, Quien soy?, Acerca de mi,"]*** te ayudara a hacer que los lectores te vean como una persona con experiencia.

Usted también se debe de asegurarse de **incluir una foto** suya o de su personaje en su presentación. Una imagen habla más que mil palabras. Una fotografía sobre el autor del blog puede hacer una gran diferencia en la forma con que se percibe el contenido, ya que las fotos de personas duplican la honradez.

La foto de una persona sonriente y mirando fijamente a la cámara es eficaz. A los clientes potenciales les gusta ver este tipo de fotos y mirar a los ojos

¿Cómo hacer su descripción en el "sobre mi" o escribir la historia del personaje de su blog?

Para escribir esto, primero que nada tienes que saber con quien estas hablando *[conocer el publico al que te estas dirigiendo]* y ofrecer a las personas lo que ellos necesitan saber de ti.

No te limites a hablar sobre los hechos y tu experiencia; Las personas necesitan saber mas sobre el **"Verdadero usted"**. Ellos por si solos no van a poder ser persuadidos - usted tiene que hacer de su sitio web una ventana transparente y no una pared.

Comparta sus valores; Dígale a la gente quien es y en lo que usted cree – háblales de ti y deja que te conozcan para crear confianza.

Y lo más importante: Cuenta una historia de tu trayectoria profesional o de tu experiencia con determinado producto o servicio. Explica como llegaste hasta donde te encuentras el día de hoy, hazlo de forma interesante y permite que la gente entienda como sabes lo que sabes, solo así ellos te verán como una persona de autoridad tanto a ti como a tu blog.

RECUERDA: Asegúrate que la pagina **"Sobre mi"** sea fácil de encontrar y sea vea con facilidad.

Cualquiera puede escribir un blog, pero los lectores buscan Bloggers cuyo estilo de escritura se disfrute o que tengan un nivel adecuado de experiencia para escribir sobre un tema en específico.

Diles a tus lectores por que pueden estar seguro de leer lo que tienes que decir, y hacerles saber que eres accesible para ellos, tus lectores te lo agradecerán.

Al aplicar todo esto tus lectores se darán cuenta que tienes mucho en común con ellos.

Ejemplo pagina sobre mi: http://ejemplo.blogspersuasivos.com/sobre-mi/

❖ La Pagina "Testimonios Y Opiniones":



Los testimonios son una parte muy importante para el éxito de nuestro negocio. Por esta razón hay que tomarlos muy en cuenta a la hora de hacer nuestros blogs.

Los testimonios son críticas escritas o grabadas que apoyan la credibilidad y nivel de experiencia de su producto o servicio. También refuerzan su reputación mediante la expresión de la confianza que la gente tiene en usted y sus ofertas comerciales.

¿Por qué es importante agregar testimonios a nuestro blog?

En lo que respecta a todos los sitios web y empresas, el éxito de estos depende en gran cantidad del boca a boca (Recomendación viral). Los testimonios son formas de expresión formales que apoyan este concepto. Son herramientas muy poderosas a la hora de reforzar la credibilidad de su Blog.

Los testimonios fortalecen la credibilidad de usted y su negocio y como ustedes saben, la gente no va hacer negocios con ustedes si no confían en ti… Por lo tanto hay ser creíbles.

¿Dónde colocar los testimonios?

Hay muchos lugares oportunos donde puede poner los testimonios en su blog, pero por experiencia propia me he permitido comprobar que el mejor lugar para colocar los testimonios siempre ha sido en el área de paginas, ya que aquí son rápidamente percibidos por los visitantes.

¿Colocar testimonios escritos o en video?

Sea cual sea la opción que elijas los dos son muy buenos y todo dependerá del testimonio que tus clientes hayan querido darte.
Ambos medios son eficaces y funcionan de maneras diferentes. El *video* llega a la gente visualmente y emocionalmente – y los *testimonios escritos* emocionalmente y mentalmente.

✓ Conclusión sobre los testimonios:

La credibilidad es esencial para el éxito de su negocio. El uso estratégico e inteligente de los testimonios puede darle un crecimiento en sus ganancias muy rápidamente.

Ejemplo pagina testimonios y opiniones: http://ejemplo.blogspersuasivos.com/testimonios-y-opiniones/

❖ La Pagina "Preguntas Frecuentes":



Una de las estrategias de persuasión que no se deben de pasar por alto es la de **"Disipar Las Dudas Y Temores De Los Clientes"**

Antes de realizar una compra en internet, nuestros clientes quieren estar seguros de lo que van a comprar y es nuestro deber tenerlos informados sobre eso.

Si quiere persuadir a la gente a olvidar sus temores una de las mejores maneras de hacerlo es *responder a sus preocupaciones por* adelantado y así lograra de una forma rápida influir positivamente en las personas y reducirá sus miedos a comprar. Una manera efectiva de disipar sus temores, es abrir una sección de preguntas y respuestas.

"Preguntas y Respuestas"

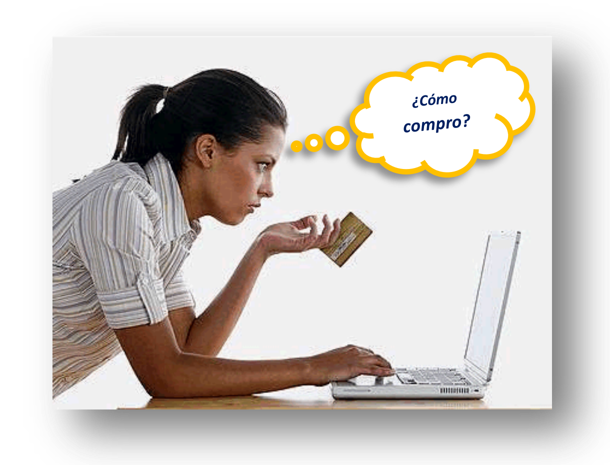
Poniendo en práctica este tipo de **"Blogs Persuasivos"** y promocionando Ebooks y otros productos digitales he recibido muchas preguntas de clientes sobres las preocupaciones de ellos. Vea aquí algunas de las preguntas que sus clientes podrían llegar a hacerle sobre el producto que usted promociona.

- ¿Cómo funciona este producto?
- ¿Tiene algún tipo de efectos secundarios?
- ¿Existo alguna versión impresa del libro?
- ¿Lo puedo comprar en mi país?
- ¿Qué necesito para poder usarlo?
- ¿En cuanto tiempo podre ver resultado?
- ¿Ha que edad es recomendable utilizarlo?
- ¿Es 100% natural?
- Y muchas preguntas más.

La sección de preguntas y respuestas, será ***tu mejor arma para disipar las dudas y temores de tus visitantes***. No olvides incluirla en tu blog y recuerda responder estas preguntas de una manera muy personal, ya que la idea del **"Blog Persuasivo"** es dar soluciones basadas en tu experiencia.

Ejemplo pagina "preguntas frecuentes": http://ejemplo.blogspersuasivos.com/preguntas-frecuentes/

❖ La Pagina "Como Obtener El Libro o [X] producto" [Opcional]



Uno de los principales problemas del Mercado Hispano es el hecho de que no están tan acostumbrados a las compras Online y tienen muchas dudas sobre ello. Y un día, usted puede encontrar que hay ocasiones en que es necesario proporcionar a un cliente un tutorial paso a paso, que los **guie** a través de un proceso o les enseñe a hacer algo con lo que no están muy familiarizados.

Durante el tiempo que llevo creando blogs para la venta de productos digitales, muchos de mis visitantes me hacían preguntas respecto a dudas sobre adquisición de un producto y problemas al hacer la compra.

Por esa razón, me vi forzado ha crear una pagina en mi blog llamada ***"Como Obtener El Libro o [X] producto"*** donde me asegure de explicar a detalle todos los pasos para realizar una compra segura y sin errores.

El crear la página *"Como Obtener El Libro o [X] producto"* lo dejo como un aspecto opcional a tu blog, en caso de muchos de tus visitantes parezcan tener este tipo de dudas.

Si tú decides aplicar esta pagina a tu blog; He aquí algunos consejos:

Que tu guía sea fácil de entender: Las guías paso a paso son una gran manera dirigir a tus clientes.

Sea breve: Es tentador tratar de explicar todo en detalle ya que es algo que como vendedores conocemos muy bien, pero quédese con lo que el receptor *[Visitantes]* solo necesitan saber. Concéntrate en usar solamente tantas palabras como sea necesario y no de más.

Usa ayuda visual: Imágenes, diagramas e incluso videos son una gran manera de reforzar tus indicaciones y que sean más fáciles de entender.

Las siguientes preguntas las puedes utilizar en el área de **"Como obtener el libro"** como disipador de dudas:

- ¿Qué tan confiable es mi compra en internet?
- ¿Cuál es mi garantía?
- ¿Qué precio tiene el producto?
- ¿Hay algún costo por devolución?
- ¿Cómo sé que mi compra es segura?
- No tengo tarjeta de crédito ¿Cómo puedo comprarlo?

Ejemplo pagina "como obtener el libro": http://ejemplo.blogspersuasivos.com/como-descargar-el-producto/

❖ La Pagina " Contacto"



La pagina de contacto…

Muy pocas personas conocen la importancia de esta página y es que esta página es el lugar donde usted **podrá tener un último intento por conseguir clientes potenciales.**

Sus futuros clientes y aficionados podrán ponerse en contacto con usted y así podrá lograr convencerlos mas rápidamente – esto funciona muy bien ya que aumenta la credibilidad de nuestro sitio y por ende las ventas se dan.

Entonces, ¿Qué hace a una pagina de contacto tan importante? Aquí esta la respuesta:

> Un cliente indeciso quedara más comprometido con adquirir su producto si usted responde a todas sus dudas. *[Sea reciproco con sus clientes]*

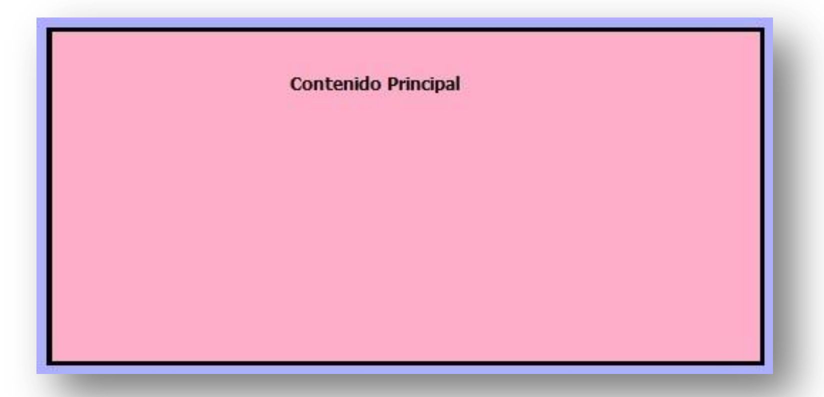
¿Necesitas un formulario de contacto para Blogger Y Wordpress?

Aquí los puedes encontrar:

- http://wordpress.org/extend/plugins/contact-form-7/screenshots/ [Plugin para Wordpress] **o** utilizar el **Contact Form** de **Jetpack** que viene incluido con Wordpress.
- http://kontactr.com/ [Formulario para Blogger un simple copy & paste en html]

Ejemplo "pagina de contacto": http://ejemplo.blogspersuasivos.com/contacto/

ZONA DEL CONTENIDO PRINCIPAL:



"Cualquier persona puede iniciar un blog pero no todos saben como escribir lo que la gente realmente quiere"

¿Qué es el contenido Web?

El contenido Web es todo lo **textual, visual o auditivo** que se encuentra como parte de la experiencia del usuario en los sitios web, este puede incluir, entre otras cosas: texto, imágenes, sonidos, videos y animaciones. Pero por ahora nos enfocaremos en el **contenido principal en el cual se encuentran nuestras entradas.**

- ¿Como debe de estar complementada el área de nuestro contenido principal en un **"blog persuasivo**"?

En esta área de blog, es donde se encontrara nuestros artículos referentes al nicho de mercado que hayamos escogido y la revisión **"Review"** sobre el producto que promocionamos.

Debes de agregar tanto contenido textual como le sea posible referente a su nicho de mercado de manera que tus visitantes puedan encontrar lo que ellos realmente buscan.

El contenido es muy importante en internet para ganar la confianza de la gente. Ofrecer contenido de valor muestra a la gente que sabes de lo que estas hablando.

Es fácil tener un sitio web de venta de un producto o servicio. Al agregar contenido valioso sobre este producto y sus temas referentes muestra que usted tiene un compromiso mas profundo en sus visitantes.
Los consejos y soluciones que usted ofrezca en sus artículos, le ayudara a establecer una conexión personal con sus clientes y convertirse en alguien que quiere y puede hacer negocios.

¿Que tipo de artículos *[Contenido]* es mas valioso para sus visitantes?

Ahora ya sabe porque el contenido es importante en los **"Blogs Persuasivos"…** *Pero ¿Qué tipo de artículos de valor debe de proporcionar?*

Por ejemplo, si usted vende un producto sobre *"Como Eliminar La Celulitis",* usted puede escribir artículos sobre*: "Como eliminar la celulitis con ejercicios, Consejos sobre masajes de celulitis, Ejercicios Para Deshacer La Celulitis" y* un sin fin de ideas y soluciones referente al producto que usted promociona y que son de utilidad para sus visitante.

¿Cómo agregar el llamado a la acción en cada artículo de mi blog?

Basado en mi experiencia en visto mejores conversiones, cuando el llamado a la acción de las entradas de mis blogs van dirigidos con un **una invitación a conocer una revisión del producto que promociono y los testimonios**.

Por ejemplo, si un lector ha terminado de leer tu revisión o el sobre mí de tu página… puedes decirles algo como***: Si aun tienes dudas sobre la manera en que funciona este producto te invito a ver el área de "Preguntas y Respuestas"***

> Cuando hagas una llamado a la acción, invita a tus lectores a conocer mas sobre las soluciones que ofreces, no trates de venderles algo de manera tan obvia o se sentirán atacados.

¿Cómo escribir todo ese contenido que nuestros visitantes les gusta leer?

Posiblemente no seas un experto en el nicho de mercado que escogiste y si lo que necesitas es escribir artículos para tu blog entonces **el bono gratis** que viene junto con este curso encontraras toda la información necesaria para escribir cientos de artículos.

*Por favor: Revisa el reporte **"50 Artículos En 1 Día"** incluido junto con este curso para aprender a generar tanto contenido textual como desees.*

Ejemplo "Articulo con llamado a la acción" http://ejemplo.blogspersuasivos.com/como-triplicar-los-resultados-de-tu-entrenamiento-para-quemar-grasa/

- ✓ **Ahora el artículo más importante: LA REVISION DEL PRODUCTO O REVIEW**

Una vez que hayas agregado tantos artículos a tu blog como tu quieras. Es importante colocar por ultimo nuestra Revisión **"Review Personal"** sobre el producto que promocionamos. *[Al colocar la review por ultimo esta se vera como la primer entrada su blog]*

¿Que es una revisión [Review]?

Una review es una evaluación crítica de una publicación, un producto, un servicio o una empresa.
El autor de la review, debe de informar sobre todos los aspecto positivos o negativos de determinados producto o servicio.

¿Como escribir una revisión [Review]?

Esto puede ser mas fácil de lo que parece, solo tienes que seguir las siguientes indicaciones y dejar volar tu creatividad literaria y tratar de ser lo mas sincero posible sobre tu critica.

Recuerda que este curso esta basado en la venta de productos digitales, como Ebooks, Software, Video Curso etc.

He aquí como escribirla:

Primero que nada debe de hacer un examen crítico del producto que va a promocionar y tomar nota de lo más importante – *los pros y los contras del producto.*

Si no se concentra en ser honesto con el lector, no todas las valoraciones van a funcionar. Si sus revisiones son simplemente anuncios de ventas que saltan a la vista del usuario, es probable que el lector se vaya.

Pero si, por otro lado, escribes que no has probado el producto y en realidad no sabes si hace lo que dice que hace, el lector podrá tratar de encontrar una reseña escrita por otra persona que sapa de lo que está hablando y podría comprar el mismo producto a otra persona, y usted no ganaría ni un dólar en absoluto.

(Así que nunca menciones que no sabes si el producto funciona o no, **obvio ¿no lo harías verdad?**)

El mejor tipo de crítica es el que suena auténtico. Si siente que debe probar el producto antes de escribir sobre el, entonces compruébelo primero, si te gusta, será mas fácil para ti escribir un artículo de buena calidad al respecto.

Aunque no siempre es necesario comprar el producto para escribir una buena revisión, pero sin duda te facilita las cosas

En la introducción de tu revisión habla sobre el autor del producto y su experiencia en ese ramo.

Presenta un resumen de los puntos positivos del producto. También puedes explicar brevemente el propósito del producto. El resumen solo debe de ser un tercio de la revisión.

La crítica debe de ser un debate equilibrado entre los pros y contras del producto – las soluciones y características que ofrece.
Los pros y contras, son la carne de tu revisión. Habla acerca de las cosas buenas que el producto tiene para ofrecer, pero también habla de lo que no te gusta. Agregar los Pros Y Contras hará que tu opinión será más creíble y honesta y usted ganará la confianza de sus lectores que podrían volver a su sitio web o lo recomendaran a otros.

Se sincero! No puedes enfatizar esto lo suficiente sí estás tratando de vender un producto pero no tiene ningún beneficio para ti, si alguien compra el producto con tu recomendación y lo odia. Este cliente puede arruinar tu credibilidad.

Ejemplo de un Review: **http://ejemplo.blogspersuasivos.com/incinerador-de-grasa-funciona-mi-opinion-honesta-estafa-o-no/**

ZONA DEL CONTENIDO EN SEGUNDO ORDEN:



El contenido en segundo orden, es la **columna o barra lateral** estrecha de nuestro blog, también conocida como menú, el cual a menudo esta repleta de información acerca de un sitio web.

Esta barra, se coloca generalmente del lado derecho o izquierdo de la página web

El objetivo de esta barra lateral es proporcionar asistencia de navegación para el visitante lo cual ayuda a una navegación más cómoda y permite a los usuarios moverse por su sitio y encontrar la información que desea.

¿Cómo proporcionar a los visitantes esta información en un "Blog Persuasivo" de manera correcta?

Usted tiene que colocar el contenido de su barra lateral en el siguiente orden:

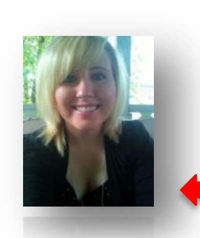
1. Foto de autor o administrador del blog
2. Presentarse y dar una bienvenida
3. Colocar 1 solo banner del producto
4. Colocar el Plug-in social Like Box de Facebook (Opcional)
5. Entradas populares
6. Comentarios recientes
7. Archivos del blog (Minimizados Y Opcional)

❖ ¿Cómo debe de ser la foto del autor o administrador del blog?

Usted debe colocar una foto de autor que inspire confianza y sea muy emotiva – Puede ser una foto suya propia o una foto de algún personaje que usted haya escogido.

La persona que este en la foto debe de mirar fijantemente con los ojos y tener una leve sonrisa, esto generara una reacción emotiva de confianza con sus visitantes y ellos se sentirán bienvenidos.

La simpatía es importante, ya que es un mecanismo psicológico de influencia. Así que asegúrese que escoger a una foto de una persona simpática con un atractivo físico muy cómodo.



No escoja fotografías de modelos ni fotografías ni demaciado profesionales, usted tiene que demostrar **semejanza** con sus visitantes, recuerde que los blogs persuasivos son hechos para compartir su experiencia con sus lectores por lo tanto ellos esperan una semejanza – **Las fotos caseras funcionan mejor**

Tome como ejemplo de una imagen correcta la fotografía de la izquierda.

La semejanza vende, así que asegúrese de que sus visitantes se sientan cómodos con usted.

✓ ¿Cómo presentarse y dar una bienvenida?

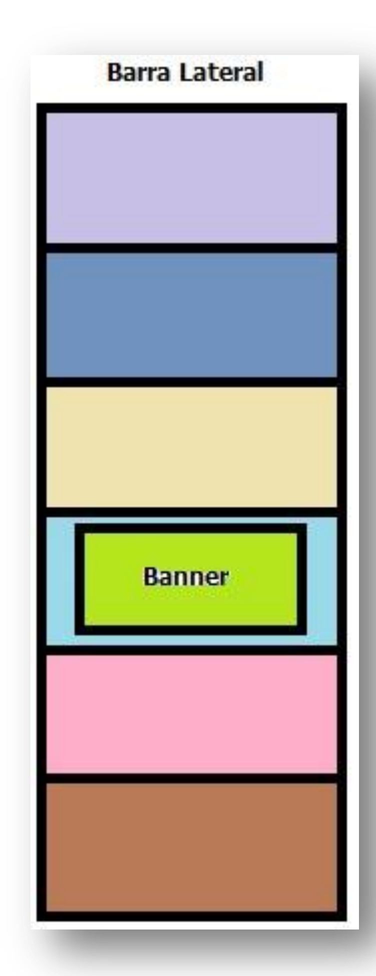
Debajo de la foto de autor debemos de colocar una breve bienvenida de no más de 15 renglones en donde debemos de dar las gracias a nuestros visitantes por visitar nuestro blog y decirles que esperas que puedan encontrar la información que ellos necesitaban

Puedes tomar una idea de como hacerlo, leyendo la breve bienvenida escrita en los recuadros:

> EJEMPLO:
>
> ¿Hola como estás?
>
> Aprovecho para darte la más cordial bienvenida a mi blog de ayuda.
>
> Antes de comenzar a navegar por el Blog, quiero que sepas que este sitio web fue creado para ofrecerte la información que necesitas.
>
> Para cualquier duda que tenga, estoy dispuesto a ayudarte solo tiene que ponerse en contacto conmigo en el área de **"contacto"**

> EJEMPLO:
>
> Hola Soy **Cintia Martínez**, gracias por visitar mi blog.
>
> Tengo 27 años y he decido hacer este sitio, para darte a conocer mi Opinión sobre el producto**: Xx Xxxx Xxxxxxxxx**
>
> Espero que esta página web le sea útil y que le ayude a tomar la decisión correcta.
>
> Si usted tiene alguna pregunta por favor haga clic en **"contacto"** donde con gusto le responderé.

❖ Colocar 1 solo banner del producto en la barra lateral ¿Por qué?



Juste debajo de la presentación y bienvenida colocar un solo banner.

Muchos blogueros novatos cuando empiezan a crear sus primeros blogs, llenan sus sitios web de banners como si quisieran vaciar la cartera de sus lectores de inmediato. Quizá los Bloggers novatos no lo sepan pero eso es molesto para sus visitantes.

Los lectores cuando llegan a un sitio web lo único que quieren es sentirse cómodos y encontrar lo que buscaban.

Ha nadie le gusta gastar **y MENOS! le gusta que le estén invitando a comprar en cada momento.** Por esa razón cuando las personas llegan a un sitió y son atacados visualmente por una enorme cantidad de banners – ellos mejor se retiran a buscar información a otra parte.

Si pones demasiada publicidad en tu blog, acabas con molestar a tus futuros clientes.

Para tener un blog persuasivo excelente es recomendable colocar solamente un banner en la barra lateral y (opcionalmente) un banner en el pie de pagina o en la parte baja del blog por debajo de los comentarios.

El Numero Máximo de banners que un blog persuasivo debe de tener, no deben de ser más de 2 – Ya que si colocamos más de 3 banners dañaremos la percepción del mensaje que queremos dar con nuestro blog.

❖ Colocar el Plug-in social Like Box de Facebook (Opcional)

Colocar deabajo del banner.



La caja **Like Box de Facebook** es bastante simple.

Cuenta con un botón **"Me gusta"** muy visible. Facebook permite cierta personalización de la caja de poca importancia, como la anchura y la altura, diversas fuentes y algunos otros ajustes.

En verdad, no hay mucho en ella. Por otra parte no tiene la intención de eclipsar su sitio web, solo tiene la única intención de compartir el contenido con la comunidad de Facebook (Millones)

Si cuentas con un excelente titulo para una página de Facebook puedes colocar el Plug-in Social justo debajo de tu banner en la barra lateral.

Si en determinado momento tu sitio web llega a tener muchos like, podrás tener 1 punto más a tu favor con respecto a la **prueba social**.

Nota Importante: En un blog persuasivo es recomendable colocar el **"Like Box"** solo cuando se tiene una cantidad de fans muy elevada, de lo contrario si se tiene muy pocos fans (Menos de 100) esto podría generar desconfianza en los usuarios dependiendo el tema de nuestro blog.

> Si tenemos blogs dedicados a *enfermedades sexuales o situaciones vergonzosas*, de nada servirá tener un **"Like Box"** ya que ningún lector querrá dar like para que sus amigos no se enteren de su vergonzosa situación. [*Es cuestión de lógica*]

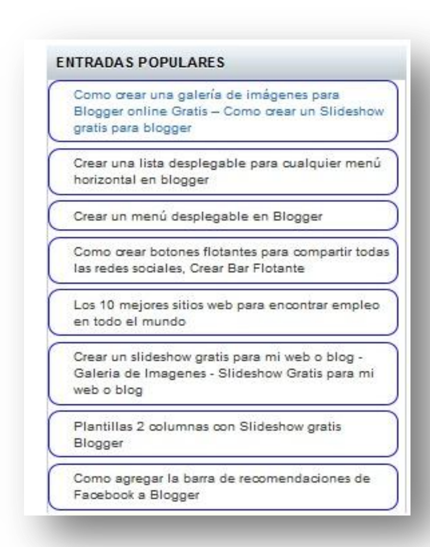
❖ Entradas populares

Colocar justo debajo del Like Box FB en caso de haber Colocado el Like Box – Sino esta ira debajo del banner

La importancia de las entradas más populares

Poner un **widget** en nuestro blog que muestre cuales son las entradas populares o mas vistas ayudara a que nuestros visitantes sepan cual es el contenido mas relevante de nuestro sitio y le dará un aspecto mas estético al resaltar estas entradas.

Tus lectores se sentirán felices de encontrar rápidamente la información sobre el tema que buscaban.



❖ Comentarios Recientes

<u>Colocar justo debajo de las entradas recientes</u>

¿Por qué colocar los comentarios recientes en la barra lateral?



El colocar los comentarios recientes en tu barra lateral, es muy importante y forma parte de la prueba social de su blog.

Los lectores notaran fácilmente que tu blog es visitado y comentado por lo cual ellos percibirán tu blog como un blog de autoridad en el cual vale la pena participar y posiblemente también dejen sus comentarios.

Siempre muestra entre 4 y 6 comentarios recientes en tu barra lateral, el **widget** de Blogger Y Wordpress te permite seleccionar la cantidad de comentarios que quieres que aparezcan.

Procura que sea comentarios positivos.

❖ Archivos del blog (Minimizados Y Opcional)

<u>Colocar debajo de los comentarios recientes</u>

En mi experiencia personal esto ha sido lo menos importante y lo más antiestético que conozco para un blog persuasivo… Existen maneras diferentes para que nuestros lectores encuentren todos nuestros post. (Como la opción de Entradas Populares o Entradas Relacionadas y la sección de archivos del blog)



Yo recomiendo tener el área de archivos justo debajo de los comentarios recientes y tenerlos MINIMIZADOS.

Ya que las entradas mas importantes serán la que serán visibles en el área de “entradas populares”.

ZONA DEL CONTENIDO EN TERCER ORDEN Y PIE DE PAGINA “FOOTER”:



❖ Contenido en Tercer Orden (Opcional):

El contenido en tercer de nuestro **“Blog Persuasivo”** lo podemos utilizar para una infinidad de cosas

Una de sus usos en un “blog persuasivo” podría ser colocar una nube de etiquetas o un banner horizontal del producto que promociones [*sin exceder de 2 banners por blog*]

❖ Pie De Pagina (Opcional):

El pie de página o Footer, como su nombre lo indica, es la última pieza de contenido que se encuentra en la parte inferior de cada página de un sitio web.

El propósito del pie de página es indicar al usuario que se encuentra en la parte inferior de la página web y para proporcionar enlaces o accesos directos a otras áreas del sitio.

El pie de pagina normalmente se encuentra en letras pequeñas y contiene enlaces a información legal, como: Términos y Condiciones”, “Políticas de Privacidad, etc.

A menudo, en el pie de página se incluyen accesos directos a contenido clave del sitio web, para evitar que el usuario tenga que desplazarse hacia atrás, hasta la página donde los menús principales se encuentran. Los atajos más comunes son:

1. Servicio al cliente
2. Satisfacción garantizada
3. Términos y condiciones
4. Política de privacidad
5. Póngase en contacto con nosotros.
6. También puede utilizar el pie de página para dejar su “firma” de sitio web y sus derechos del blog.

NADIE DIJO QUE LA PERSUASIÓN FUERA 100% ÉTICA; LOS 2 GRANDES TRUCOS NO ETICOS QUE PUEDES USAR EN TU BLOG.

Los siguientes trucos son estrategias que de ***no ser éticas***, funcionan perfectamente para convencer a los lectores – ***[más bien manipularlos]***

En realidad, la persuasión es una forma de manipulación, pero a diferencia de lo que se conoce como manipulación, la PERSUASIÓN se basa EN EL DIÁLOGO ESTRATÉGICO. El sujeto persuasivo parte de elementos comunes y propios del sujeto convencido, manipulado, de forma que es el manipulado quien toma la decisión final.

Sobre los trucos; A continuación aprenderás como persuadir a tus lectores de una forma no ética para que tomen una decisión que al final termine lo beneficiando a usted. Estos trucos son basados en la formulación de comentarios y testimonios falsos. ***[Úsalos según tu propia filosofía y criterio]***

Truco 1.- Auto redacción de Comentarios:

Si bien ya te había comentado antes, el tener comentarios en tu blog es muy importante puesto que esto forma parte de la prueba social. Los lectores notan fácilmente si un blog es muy influyente si este tiene comentarios positivos y regulares.

Tú puedes auto redactar los comentarios de tus post y paginas de tu blogs, de esta manera los visitantes se sentirán más animados a dejar sus propios comentarios y creerán más en lo que usted promociona.

Cuando redactes un comentario, en una entrada siempre has énfasis sobre el articulo y procura que se aun comentarios positivo. También puedes utilizar las entradas mas visitadas de tu blogs para agregar comentarios positivos respecto al producto que promocionas

Pero **no exageres con los comentarios positivos**, o las personas se darán cuenta fácilmente de que esto es no es real. Siempre escribe los comentarios en estilos diferentes, con nombres diferentes y después respóndelos como administrador del blog, para darle un aspecto más real.
Agrega entre 4 y 6 al principio por entrada y si es posible borra las fechas o redáctales las fechas. *[Si usas Wordpress puedes editar las fechas de todos tus comentarios.]* Poco tiempo después notaras como tus visitantes comienzan a participar para dejar comentarios reales.

Truco 2.- Auto redacción de Testimonios:

Para algunos empresarios y sitios web, los testimonios falsos tan buenos como los testimonios reales. Pero por muy tentador que parezca, si usted es una persona ética, es una línea que definitivamente no debe cruzar.

Pero admítalo. Usted ha planteado la creación de testimonios falsos de clientes ficticios para dar a su negocio una ventaja o resaltar un producto específico.

Si usted quiere poner en práctica este truco, puede hacerlo de 3 maneras.

1. Pagando en 5mania.com o Fiverr.com la generación de estas practicas.
2. Comentando su pagina de “Testimonios”, comentarios a manera de testimonios.
3. Agregando a su “Pagina de Testimonios” - testimonios con fotografías de personas hablando sobre su experiencia con el producto.

No es fácil escribir testimonios falsos, esto suena más fácil de lo que realmente es. En el mundo real, los testimonios reales vienen de una amplia gama de estilos, voces y perspectivas. La reproducción de dicha diversidad puede ser un desafío para usted, pero no imposible.

Si bien los testimonios falsos son una GRAN negocio, pero hay consecuencias que pueden dañar su integridad, usted tendrá que vivir con el hecho de que no ha podido estar a la altura de sus propias expectativas para si mismo.

Cuando usted quiera poner en práctica este truco, no sea tan controversial con los testimonios o podría hacer que los lectores se den cuenta fácilmente que son falsos.

Esos fueron los dos trucos de prueba social *[no éticos]* **que le darán a tu blog el empuje que necesitan para tener más ventas.**

- Quizá ahora te preguntes; ¿Es lícito manipular? ¿Es lícito persuadir?

Bueno déjame decirte que cuando se pretende obtener un resultado favorable para cubrir un interés personal a través de otra persona, se ha de tener en cuenta que *si ambas partes salen beneficiadas* de la toma de decisiones, el resultado será positivo para ambos y se podrá perpetuar esta dinámica de beneficio mutuo.

CONSEJOS UTILES:

1. Te recomiendo visitar el sitio web de ejemplo de un Blog Persuasivo: http://ejemplo.blogspersuasivos.com/ donde encontraras una manera más fácil de orientarte sobre lo que necesitas hacer.

2. Siempre que agregues un nuevo artículo a tu blog y estés apunto de hacer el llamado a la acción: Es remendable **invitar al lector a leer nuestra revisión sobre el producto**, las revisiones sobre los productos son altamente efectivas para poder concluir una venta.

   Puedes ver un ejemplo de un buen llamado a la acción viendo este artículo: http://ejemplo.blogspersuasivos.com/como-triplicar-los-resultados-de-tu-entrenamiento-para-quemar-grasa/

   EJEMPLO LLAMADO A LA ACCION EN LOS ARTICULOS DE TU BLOG.

   *Si estás considerando utilizar el sistema Incinerador de Grasa, pero sigues teniendo dudas, asegúrate de visitar la página de **Preguntas Frecuentes**.*

   *Asimismo, podría ayudarte leer las **historias de éxito y testimonios** de otras personas como tu, para que veas la manera como estas personas en similares situaciones han cambiado sus cuerpos y sus vidas con las técnicas del IG.*

   No obstante, si sientes si deseas una revisión **honesta** sobre el método**"Incinerador de Grasa"** Te invito a leer **Mi Opinión Personal** sobre el producto. ***Click Aquí***.

3. Siempre que crees un nuevo artículo, recorta las entradas a manera que estas no se vean muy largas en tu página principal. La pagina de tu blog se debe de ver estética como se mira en: http://ejemplo.blogspersuasivos.com/

4. Si piezas en hacer una auto redacción de comentarios te recomiendo hacerlo con distintos estilos de escritura y nunca agregar mas de 10 por entrada, recuerda que estos tienen que ser tanto positivos como negativos, pero sin perjudicar la calidad del producto que promocionas. De igual manera es recomendable eliminar o cambiar las fechas los comentarios en tus blogs – de manera que estos se vean más naturales.

5. Para agregar comentarios recientes y entradas populares te recomiendo visitar el área de Plugin y Widget de Blogger y Wordpress.

BUENO, HEMOS LLEGADO AL FINAL DE ESTE CURSO:

No deje que le engañe la simplicidad, estas estrategias son muy ***poderosas*** *– si usted las aplica correctamente y las condimenta con un poco de su creatividad.*

Lo único que necesitas para que su ***"BLOG PERSUASIVO"*** *comience a vender es tráfico.*

La generación de ***trafico*** *es un juego de números – cuanto mas trafico pueda usted conseguir para su blog,* ***mayores serán sus ganancias.***

Procura que el tráfico que generes a tu blog sea siempre un tráfico con ***poder adquisitivo y que busque una solución a ese problema.***

IVAN ÁVILA
www.BlogsPersuasivos.com